

Personas

UniSenac campus Pelotas

Prof^a Bruna Ribeiro

email: brgribeiro@senacrs.com.br

Personas

- ❑ Representação fictícia do cliente ideal de um negócio
- ❑ A persona guia a criação de conteúdo
- ❑ É baseada em dados reais sobre comportamento e características demográficas dos clientes, assim como suas histórias pessoais, motivações, objetivos, desafios e preocupações.

Personas

☐ Exemplo

- ☐ Carolina tem 25 anos, recém-formada e autônoma.
- ☐ Pensa em se desenvolver profissionalmente através de um mestrado em Portugal, pois adora viajar.
- ☐ É solteira e está buscando uma agência que a ajude a encontrar universidades na Europa que aceitem alunos estrangeiros.

Por que são importantes??



Personas

- ❑ Foco no Usuário: Ao criar personas, as equipes de desenvolvimento mantêm o foco nos usuários reais e suas necessidades, em vez de presumirem o que é melhor para eles.
- ❑ Comunicação Eficaz: As personas oferecem uma linguagem comum para equipes multidisciplinares discutirem e compreenderem os usuários, facilitando a comunicação e colaboração entre os membros da equipe.

Como criar as Personas?

- ❑ Pesquisa de Usuário: Coleta de dados sobre os usuários reais através de entrevistas, questionários, observações e outras técnicas de pesquisa.
- ❑ Análise de Dados: Identificação de padrões, tendências e insights nos dados coletados para entender melhor quem são os usuários e suas necessidades.

Como criar as Personas?

- ❑ Criação das Personas: Com base nos dados e insights obtidos, as personas são criadas, atribuindo-lhes nomes fictícios, características demográficas, metas, necessidades, comportamentos e preferências.

Componentes de Personas

- ❑ Nome e Foto: Para dar uma identidade às personas e torná-las mais reais..
- ❑ Características Demográficas: Idade, gênero, ocupação, localização geográfica, etc.
- ❑ Metas e Necessidades: O que os usuários esperam alcançar ao utilizar o sistema.
- ❑ Comportamentos e Preferências: Como os usuários interagem com o software e suas preferências em termos de funcionalidades, design, etc.
- ❑ Desafios e Frustrações: Obstáculos que os usuários podem enfrentar ao utilizar o sistema, como restrições de tempo, falta de conhecimento técnico, etc.

Exemplo de Personas

- ❑ Nome: Maria Silva
- ❑ Características Demográficas: 45 anos, Professora, Mãe de dois filhos
- ❑ Metas e Necessidades: Procurando por um aplicativo educacional para ajudar seus filhos a aprender matemática de forma divertida.
- ❑ Comportamentos e Preferências: Prefere aplicativos com interface intuitiva e colorida. Gosta de acompanhar o progresso dos filhos.
- ❑ Desafios e Frustrações: Tempo limitado devido às responsabilidades de trabalho e familiares.



Persona \neq Público Alvo

Público Alvo

- ❑ Agrupamento Demográfico ou Comportamental: O público-alvo é uma representação ampla e geral de um grupo de pessoas que compartilham características demográficas, comportamentais ou de interesse semelhantes.

Público Alvo

- ❑ Visão Geral: O público-alvo oferece uma visão geral do grupo de pessoas para o qual o produto ou serviço é direcionado, sem entrar em detalhes individuais sobre cada membro desse grupo.

Público Alvo

☐ Exemplo

- ☐ Mulheres, de 19 a 30 anos, solteiras, graduadas em Marketing, com renda média mensal de R\$5.500,00.
- ☐ Pretendem aumentar sua capacitação profissional. Gostam de dançar e viajar.

PÚBLICO-ALVO

Mulheres, 30 a 45 anos.

Graduadas, com renda própria e pertencentes às faixas de renda A e B.

Interessadas em manter um estilo de vida saudável, gostam de exclusividade.



PERSONA

Anna, de 32 anos, é formada em administração e trabalha como executiva na área de marketing de uma grande empresa.

Mesmo com sua rotina atribulada, tem vida saudável e faz exercícios de duas a três vezes por semana.



Tem pouco tempo disponível para preparar suas refeições, por isso busca opções práticas e nutritivas para seus snacks do dia a dia.

Gosta do sentimento de exclusividade e pagaria mais por produtos premium.

PERSONA



DEFINIÇÃO ESPECÍFICA

**PERSONAGEM
ESPECÍFICO**

**DETALHES SOBRE
HÁBITOS E TRABALHO**

**CONSUMIDOR
IDEAL**

PÚBLICO ALVO

**Gerentes de marketing
Entre 30 - 45 anos**

**Trabalham em
grandes empresas**

**Não gastam muito
tempo na internet**

**Renda mensal
entre R\$ 5.000,00
e R\$ 30.000**



DEFINIÇÃO AMPLA

**NÃO SE REFERE A
ALGUÉM ESPECÍFICO**

**NÃO FALA
SOBRE HÁBITOS**

**PESSOAS QUE PODEM
QUERER O SEU PRODUTO**

Dúvidas

❏ Dúvidas????

